

Kommunikation und Wahrnehmung

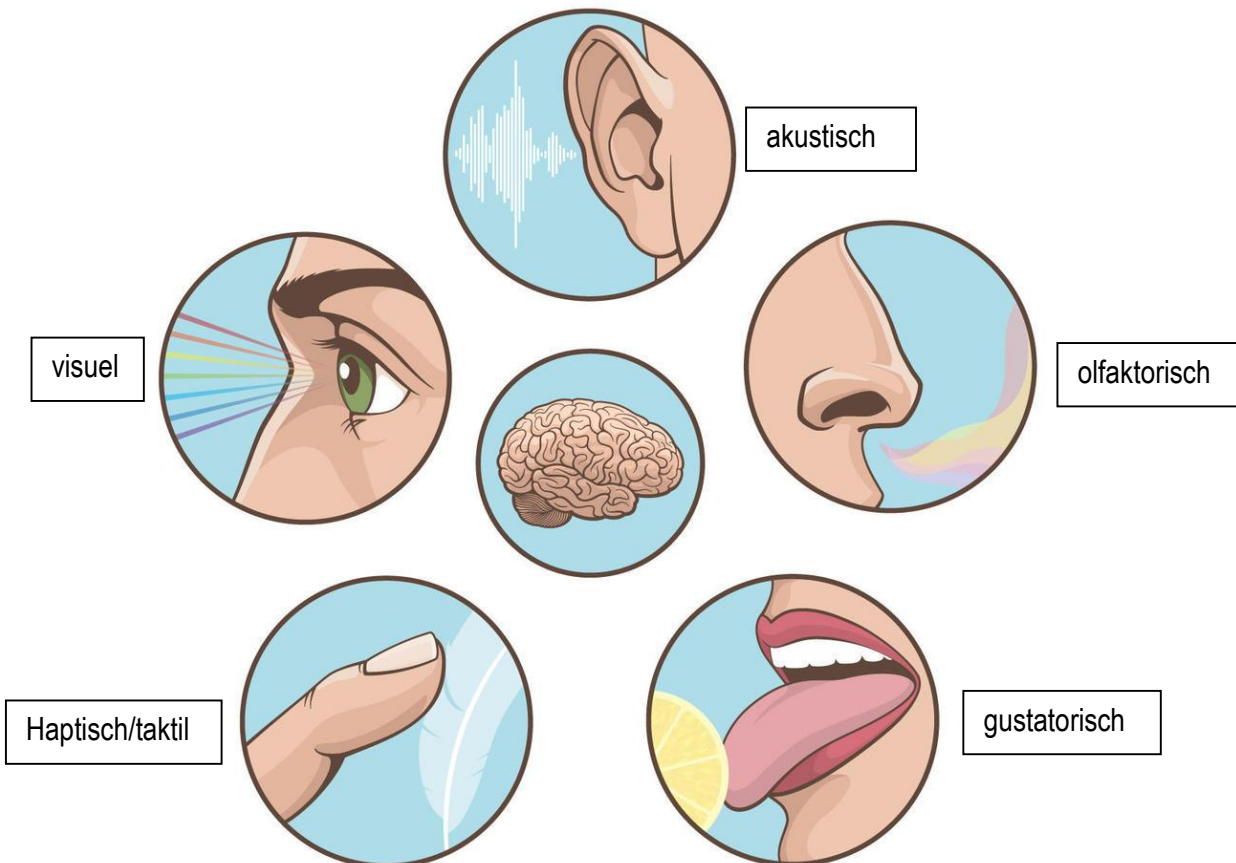
Definition: **Wahrnehmung**

- Perzeption
- Latein: percipere – erfassen, greifen, wahrnehmen
- Summe aller Vorgänge der Wahrnehmung
- Inhalte der Wahrnehmung
- Informationsgewinnung
- Informationsverarbeitung
- althochdeutsch: wara neman
- Etwas für wahr nehmen, sprich Abgleich mit der Realität nach eigener Sinnesleistung vornehmen
- Etwas oder jemanden die Aufmerksamkeit schenken

Formen der Wahrnehmung

- Exterozeption - Außenwahrnehmung
- Interozeption - Innenwahrnehmung
- Propriozeption - Raum-Lage-Beziehung
- Viscerozeption - Organtätigkeit
- Reizwahrnehmung

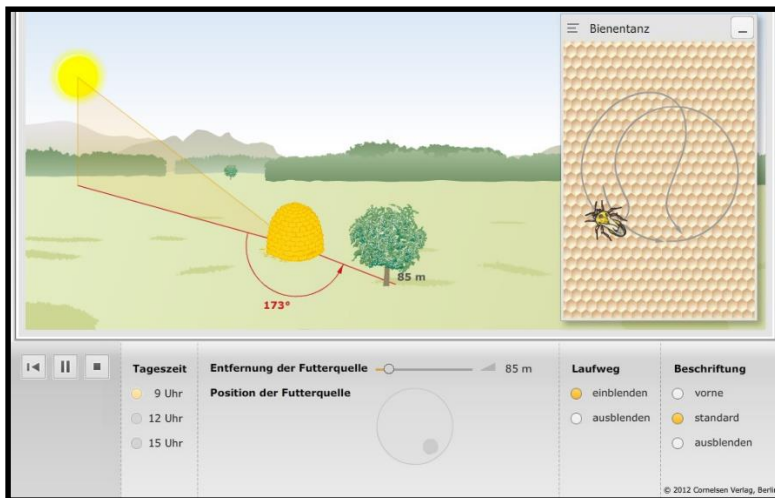
Reizwahrnehmung über:



Formen der Kommunikation



Laubenvogel aus der Familie der Sperlingsvögel (Australien/Neuguinea). Der Vogel reagiert auf alle Gegenstände mit einem bestimmten Blauton und setzt diese zur Balz ein. Baut ein kunstvolles Laubennest und „dekoriert“ dieses.



Bienen signalisieren ihren Artgenossen durch einen „Bientanz“ die nächste ergiebige Nahrungsquelle.

Formen der Kommunikation

Verbale

- Sprache
- gesprochenes Wort
- Lautäußerung

Nonverbale

- Körpersprache
 - Mimik
 - Augenkontakt
 - Gestik
 - Gebärdensprache
 - Körperkontakt

- Blindenschrift entwickelt von Louis Braille (1809 - 1852)
- Tanz / Pantomime
- Zeichensprache
- Schreiben
Briefe, E-Mails, WhatsApp, SMS
- Gerüche / Düfte / Pheromone
- Morsen / Flaggen

Definition: Kommunikation

- Kommunikation = Latein: communicatio
- Mitteilung oder Unterredung
- Innerartlicher Austausch über Gesten und Sprache
- Sprache = Sonderkommunikationsmöglichkeit bei Art Homo sapiens sapiens
- ein Sender für einem oder mehrere Empfänger

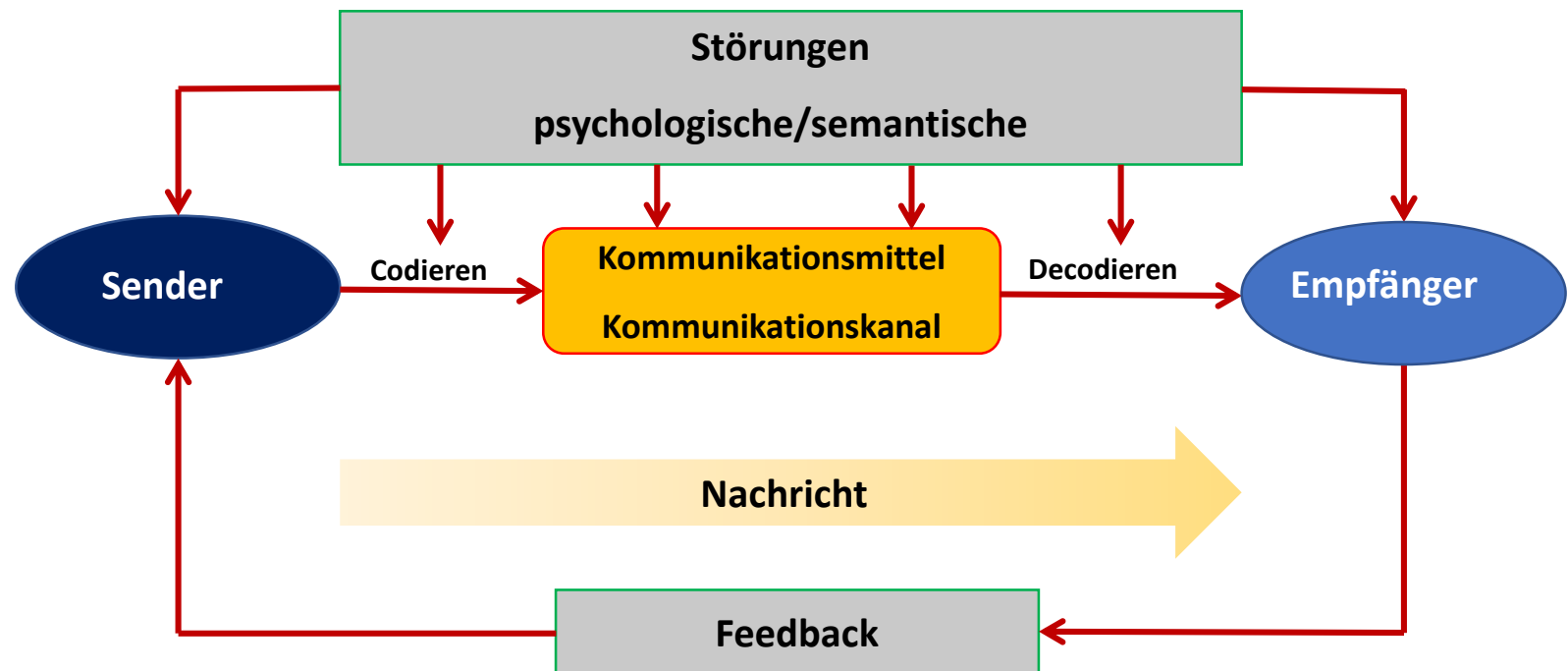
Pictogramme, Icons



Grundelemente der Kommunikation:

- **Sender** einer Nachricht
- Kommunikations**mittel** und Kommunikations**kanal**
- der **Empfänger** der Nachricht und
- das sogenannte „**Feedback**“, die Antwort bzw. Reaktion des Empfängers auf die gesendete Nachricht

Regelkreis der Kommunikation



Komponenten des Regelkreises der Kommunikation

Zwischenmenschliche **Kommunikation** besteht aus **mehreren Elementen**.

Nur wenn sie alle perfekt zusammenpassen, gelingt Kommunikation. Wirken Störfaktoren ein, kann die Kommunikation **behindert** werden.

Das Zusammenwirken aller Elemente kann als Regelkreis der Kommunikation dargestellt werden.

Sender / Kommunikator / Rezipient:

vermittelt Informationen in Form einer Nachricht verschiedene sogenannte Kommunikationsmittel (z.B. Sprechen, Brief schreiben, Bild malen)

Erfolgreiche Kommunikation ist eine Mischung in der richtigen Wichtung der Kommunikationselemente.

Nach Albert Mehrabian (Iran/US-Amerikanischer Psychologe und Professor):

Worte: 7%, Stimme: 38%, Gestik und Mimik: 55%

Kommunikationsmittel

Allgemein: Alle Mittel mit welchen Menschen sich unter- und miteinander verständigen können.

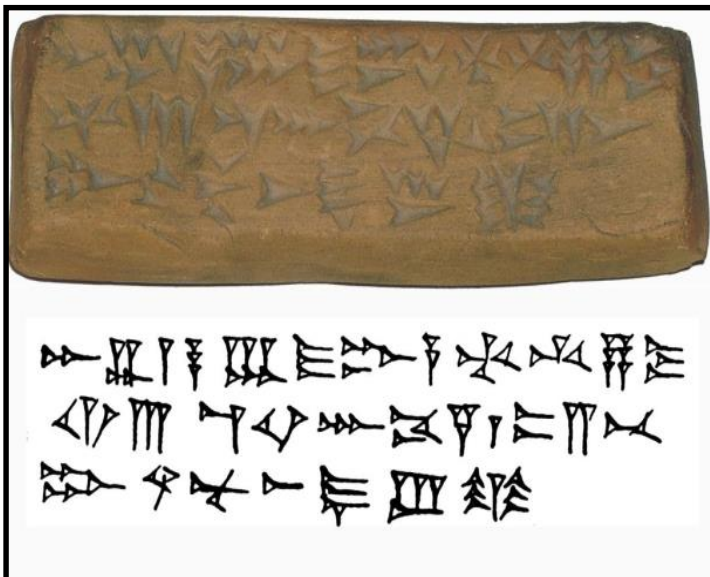
Heute: Kommunikationsmittel = Medium

Latein: Mittelpunkt, Mitte – Altgriechisch: μέσον – das Mittlere

Ab dem 20. Jh. Medium als Synonym für technische Kommunikationsmittel in Verwendung.

Wahl der Mittel muss an den Verständnishorizont des Empfängers angepasst werden.

Muss von ihm decodiert werden können.



Kommunikationskanal

Modell in der Informationstheorie

Kanal soll störungsfreie Übertragung gewährleisten

Hören und Sehen

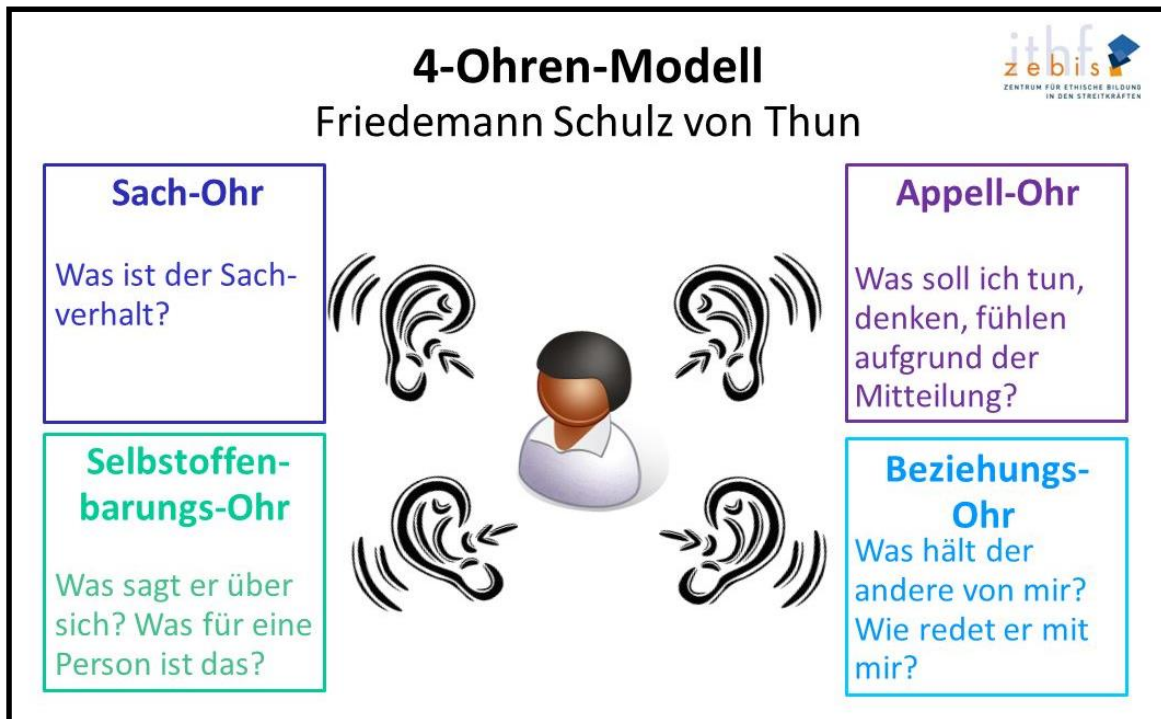
Entschlüsseln der Nachricht und Rückmeldung (Feedback)

- A) Entschlüsselung und Aufnahme der Nachricht
- B) Rückmeldung an Sender Nachricht wurde verstanden
- C) Sender kann Inhalt der weitergegebenen Information überprüfen
- D) Nutzung aller Kommunikationsmittel und -kanäle

Vier-Ohren-Modell - Nachrichtenquadrat – Kommunikationsquadrat

Nach Friedemann Schulz von Thun (Deutscher Kommunikationspsychologe, Gründer des Instituts für Kommunikation in Hamburg): Ein Gespräch hat vier Ebenen

1. **Sachinhalt** (Fakten)
2. **Selbstoffenbarung** (Sichtweise oder Gefühle des Senders)
3. **Beziehungsbotschaft** (Beziehung zwischen Sender und Empfänger)
4. **Appell** (Aufforderung an den Empfänger)



Beispiel:

Ein Ehepaar sitzt abends beim Fernsehen. Die Frau sagt zu ihrem Mann:

„**Es ist kalt hier.**“ So kurz dieser Satz auch ist, ist er keineswegs eindeutig zu verstehen.

Theoretisch könnte er auf vielerlei Weise verstanden werden.



1. Sachinhalt gibt die Information an:

„Die Zimmertemperatur ist zu niedrig.“

Sachinhalt

2. Selbstoffenbarungsbotschaft teilt mit:

„Ich friere.“

Selbstoffenbarung

3. Beziehungsbotschaft sagt:

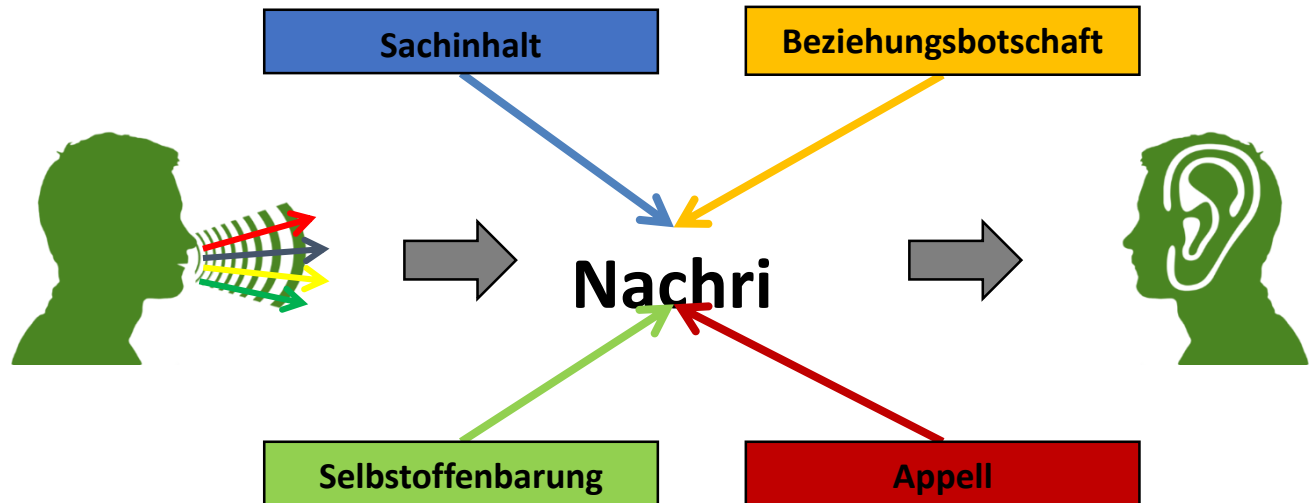
„Du bist für die Heizung zuständig.“

Beziehungsbotschaft

4. Appell heißt:

„Drehe die Heizung höher.“

Appell



TALK-Modell nach Oswald Neuberger (Deutscher Psychologe, Organisations- und Betriebswirtschaftler Uni Augsburg, eremitiert)

- **Tatsachenebene**
(Austausch von Sachinformationen, Daten, Fakten)
- **Ausdrucksebene**
(Anerkennung, Lob und Kritik, Selbstoffenbarung)
- **Lenkungsebene**
(Zielformulierung, Personalentwicklung, Förderung, Appell)
- **Kontaktebene**
(Beziehungsebene)
- Analog zu Schulz-von-Thun-Modell

Störfaktoren der Kommunikation

Kommunikationsstörungen können dadurch entstehen, dass Sender und Empfänger die vier Botschaften unterschiedlich gewichten.

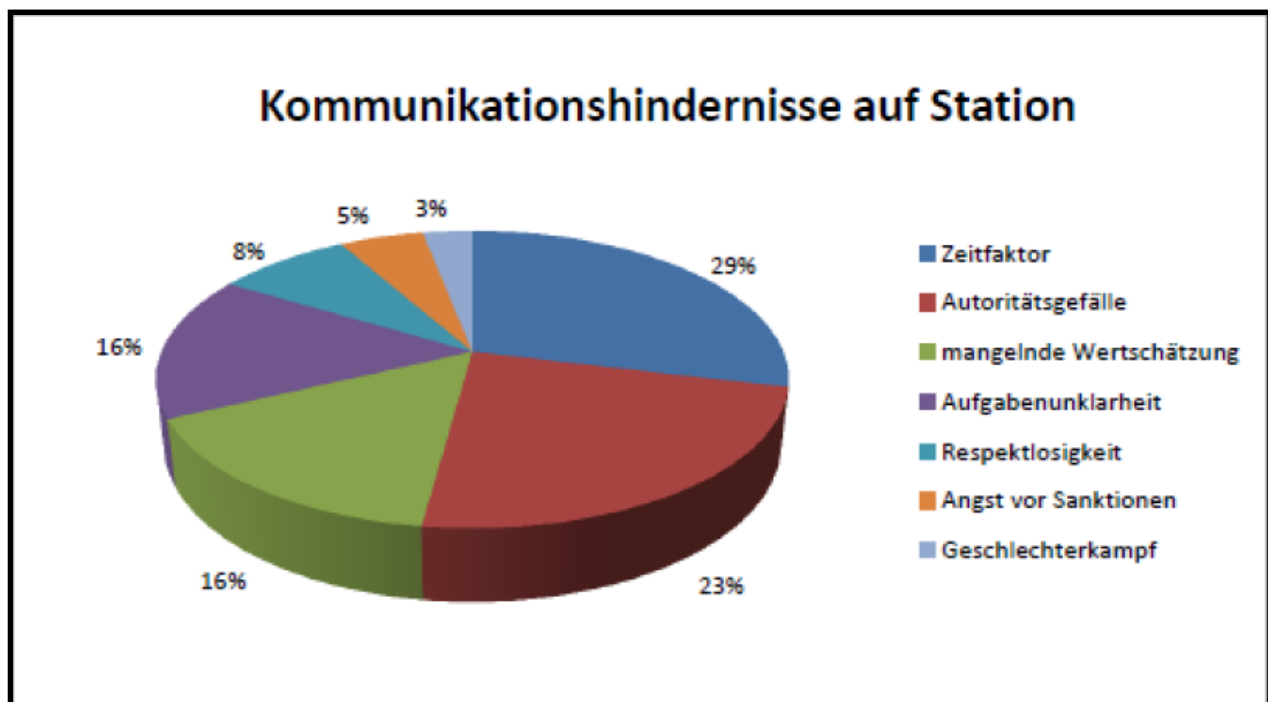
Zu Missverständnissen und Konflikten kommt es dadurch, dass der Empfänger / Zuhörer eine Ebene wichtig nimmt

(z.B. die Beziehungsbotschaft), während der Sender / Sprecher auf eine andere Wert legt (z.B. den Inhalt).

1. Wird vor allem der **Sachinhalt** herausgehört, bleibt man sachlich, reagiert auf der Sachebene.
2. Hört man mit dem **Selbstoffenbarungsohr**, dann geht man darauf ein, was der Sprecher über sich selbst sagt.
3. Versteht man die Aussage auf der **Beziehungsebene**, reagiert man auf die Aussage persönlich.
4. Versteht man das Gesagte als **Appell**, nimmt man zu dem Wunsch des Senders Stellung.

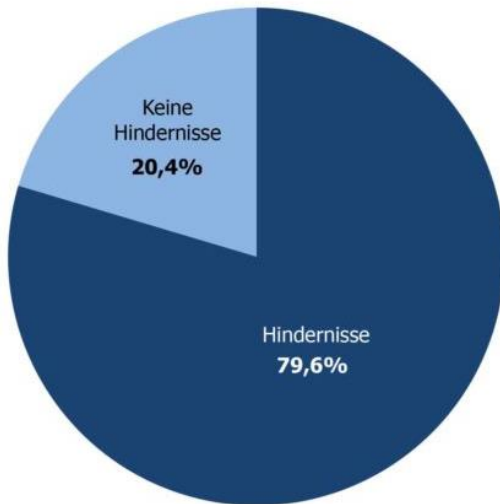
Es ist wichtig, immer wieder mit den verschiedenen „Ohren“ zu hören, um so zu verstehen, wie die Nachricht gesendet wurde.

Nachfragen (Feedback einholen) ist eine gute Möglichkeit, Fehlinterpretationen und Missverständnissen vorzubeugen.

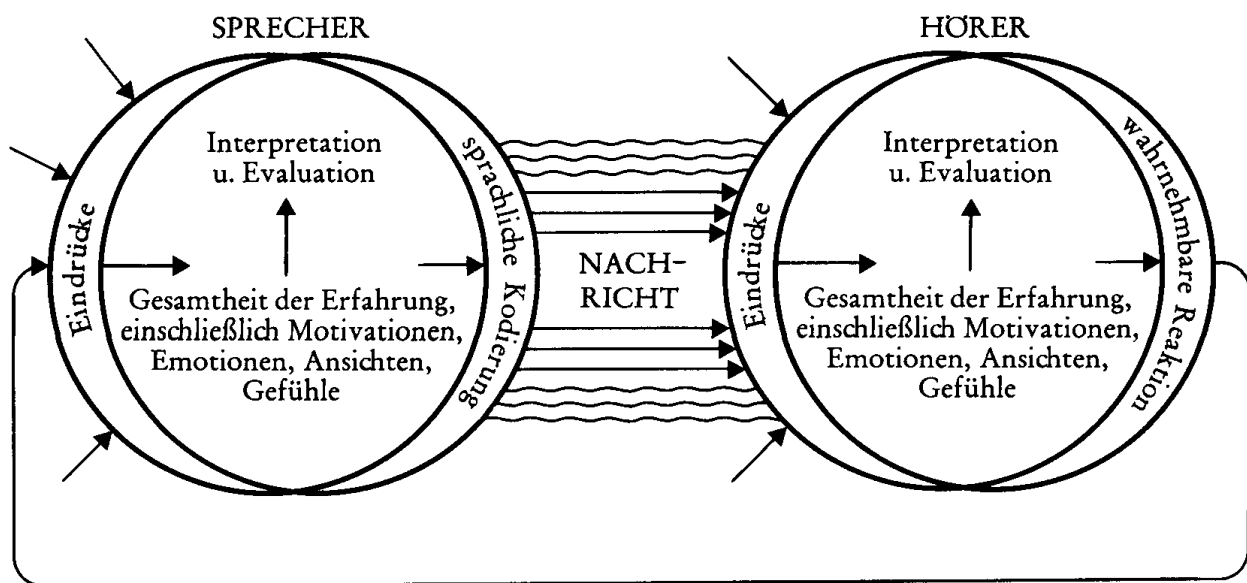


HINDERNISSE FÜR DIE PROFESSIONALISIERUNG DER KOMMUNIKATION

VIER FÜNFTEL DER MITTELSTÄNDLER SEHEN HINDERNISSE FÜR DIE WEITERENTWICKLUNG DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



Mangelnde finanzielle Ressourcen	46,7%
Es fehlt eine übergeordnete Kommunikationsstrategie	41,5%
Der Beitrag von Kommunikation zum Unternehmenserfolg lässt sich nicht nachweisen	28,5%
Es fehlt an qualifiziertem Personal und festen Zuständigkeiten	22,6%
Mangelndes Kommunikationsverständnis der Geschäftsführung	22,6%
Sinnhaftigkeit bzw. Bedarf wird von der Geschäftsführung nicht erkannt	21,5%
Wunsch nach Geheimhaltung eigener Strategien	9,6%
Angst vor negativer Berichterstattung	9,3%



(Vgl. D. Bryant, K.Wallace 1947)

Einschränkung der Kommunikation

Nicht alle Menschen können sich ausdrücken. Viele Menschen sind in ihrer Kommunikationsfähigkeit eingeschränkt.

Geraten wir unter Druck oder werden einer erhöhten Stresssituation ausgesetzt, kann dieser Umstand sogenannte Blockaden auslösen und eine professionelle Kommunikation so empfindlich gestört, wenn nicht sogar unmöglich werden.

Wie kommuniziere ich professionell? - I

- Gemeinsamkeiten mit Ihren Kommunikationspartnern schaffen
- Authentisch, aufmerksam und offen für alle unterschiedlichen Botschaften Ihres Gegenübers sind
- Bewusst, das heißt auch kontrolliert kommunizieren
- Ganzheitlich kommunizieren, das heißt dass Sie den sprachlichen Inhalt stimmig mit Körpersprache, Mimik und Gestik begleiten und im Gegenzug Körpersprache, Mimik und Gestik Ihres Gegenübers mit einbeziehen (Reflektieren)

Wie kommuniziere ich professionell? - II

- Nach kommunikativen Kompetenzen des Gegenübers suchen und diese auch nutzen (Reflektieren)
- Sich zum Beispiel im Berufsleben mit Ihren Kollegen abgleichen, um Missverständnisse, Fehlinterpretationen und irreführende Deutungen zu vermeiden
- Wichtige Verständigungsprinzipien (Regeln) mit dem Gegenüber (zum Beispiel Kunden) auch an Kollegen weitergeben

Erlangen von Kompetenz - Kompetenzbereiche

Der Begriff „Kompetenz“ stammt aus der lateinischen Sprache und wird mit „Befähigung“, „Vermögen etwas zu tun“ oder auch „Zuständigkeit“ und „Befugnis“ übersetzt.

In vielen Berufszweigen ist die Beherrschung von Kommunikationstechniken unumgänglich.

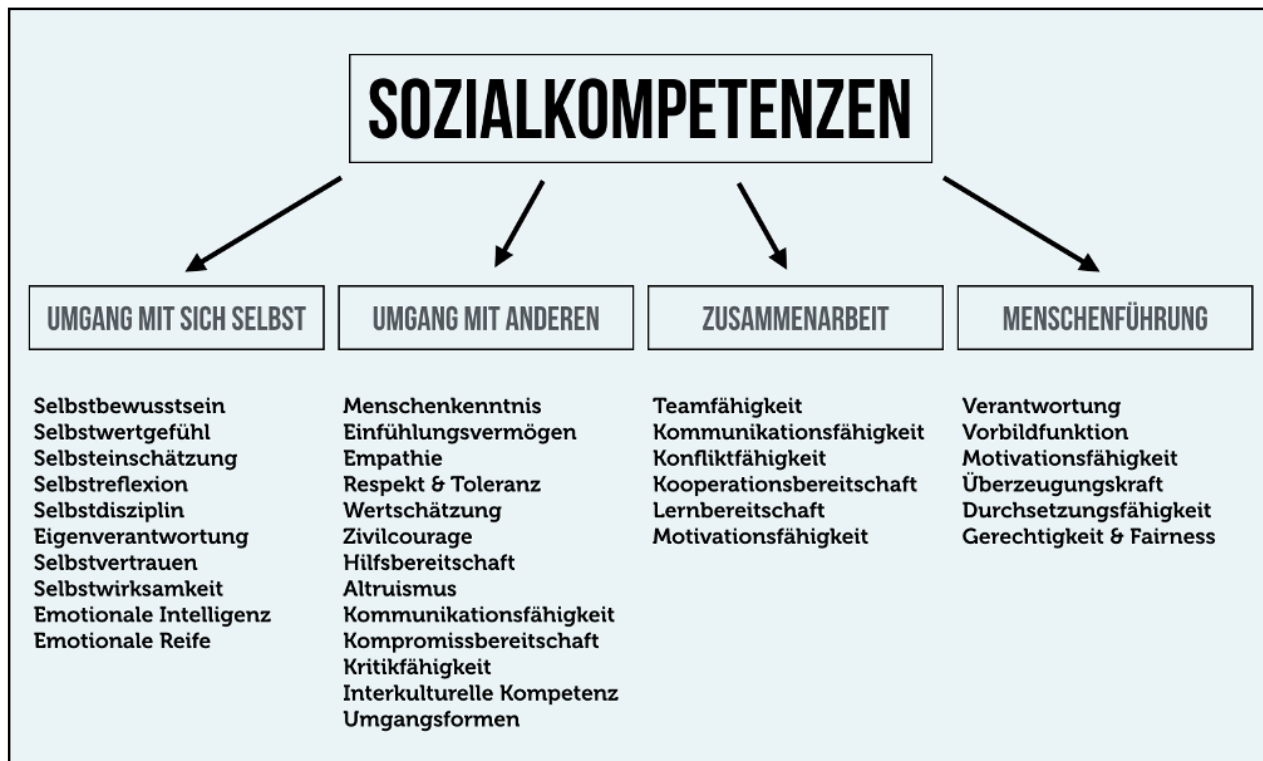
Voraussetzung hierzu sind die sogenannten Kompetenzbereiche.

Erlangen von Kompetenz - Kompetenzbereiche

1. Sozialkompetenz
2. Fachkompetenz
3. Methodenkompetenz
4. Persönliche Kompetenz

1.) Sozialkompetenz:

- Kommunikationsfähigkeit
- Beziehungsfähigkeit
- Konfliktfähigkeit
- Teamfähigkeit
- Verantwortungsbereitschaft



2.) Fachkompetenz:

- Fundiertes theoretisches und praktisches Fachwissen
- Sicherheit im beruflichen Handeln
- Handlungs- und Entscheidungsfähigkeit
- Wahrnehmung, erlernte Fähigkeiten und Fertigkeiten anwenden

3.) Methodenkompetenz:

- Organisationsfähigkeit
- Beobachtungsvermögen
- Analysefähigkeit
- Angemessenes Handeln
- Ganzheitliches Denken, vernetztes Denken

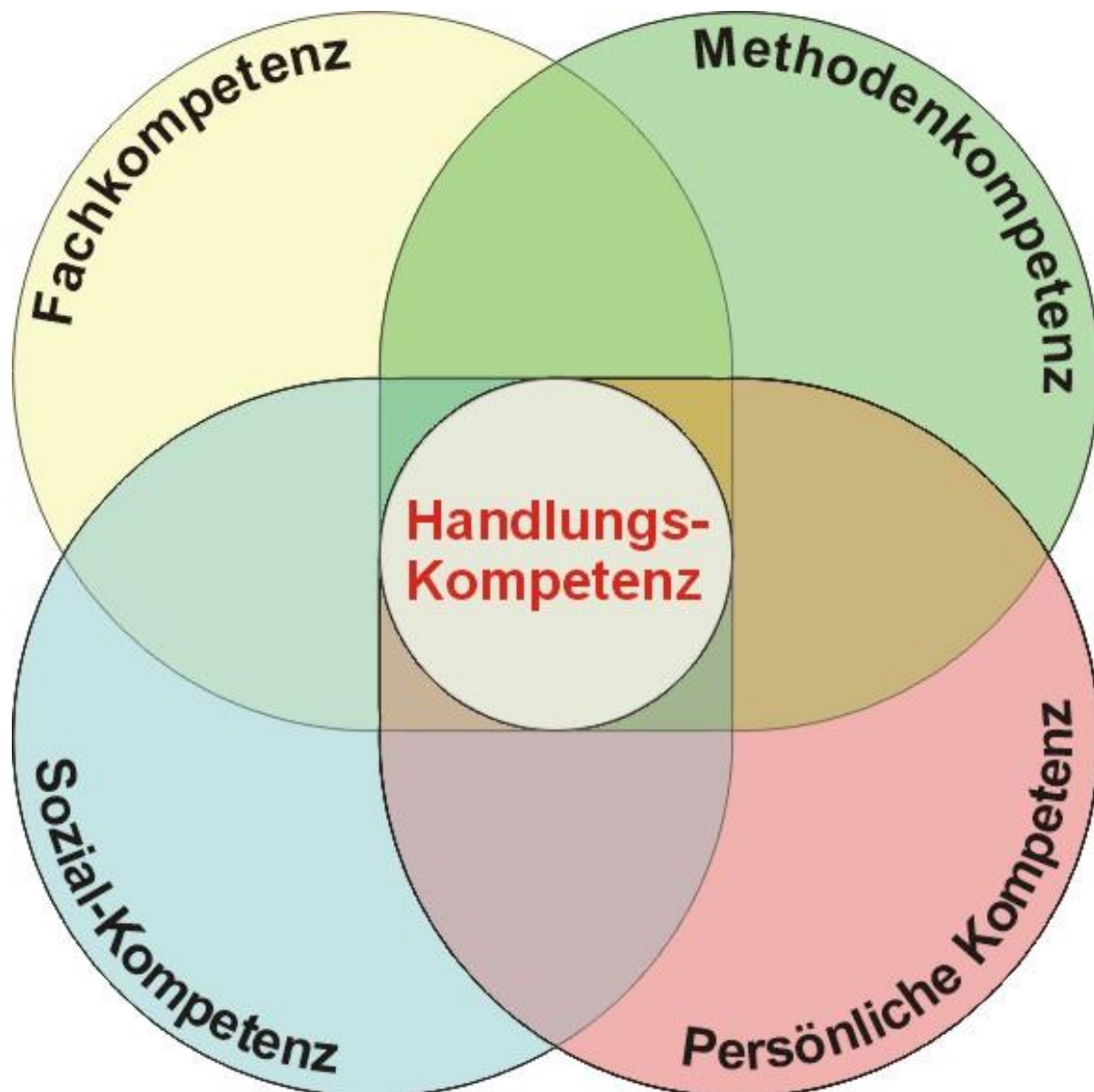
Beispiele für die Entwicklung von Methodenkompetenz

- gezielt lesen
 - Markieren
 - Nachschlagen
 - Fragen stellen
 - Stoff zusammenfassen
 - „Spickzettel“ erstellen
 - Mindmaps erstellen
 - Plakate/Folien erstellen
 - verständlich schreiben
 - Protokoll führen
 - Mitschrift anfertigen
 - „Eselsbrücken“ bauen
 - Ordnung halten
 - Zeit einteilen
 - Prüfungen vorbereiten
 - Heft/Mappe gestalten
 - Arbeitsplan erstellen
 - Referat anfertigen
 - Pinnwand gestalten
 - Lernprozess reflektieren
- etc.

Übersicht

4.) Persönliche Kompetenz:

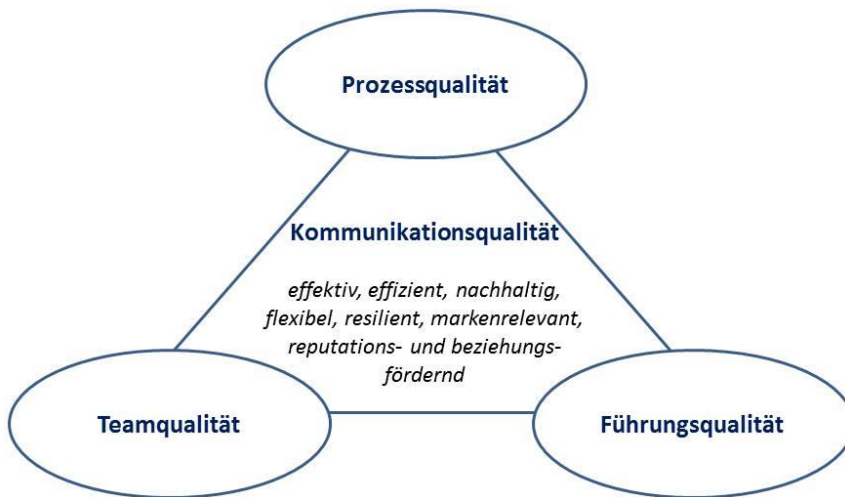
- Persönlichkeitsbildung
- Flexibilität
- Eigenständigkeit
- Leistungsbereitschaft, Kontaktfähigkeit



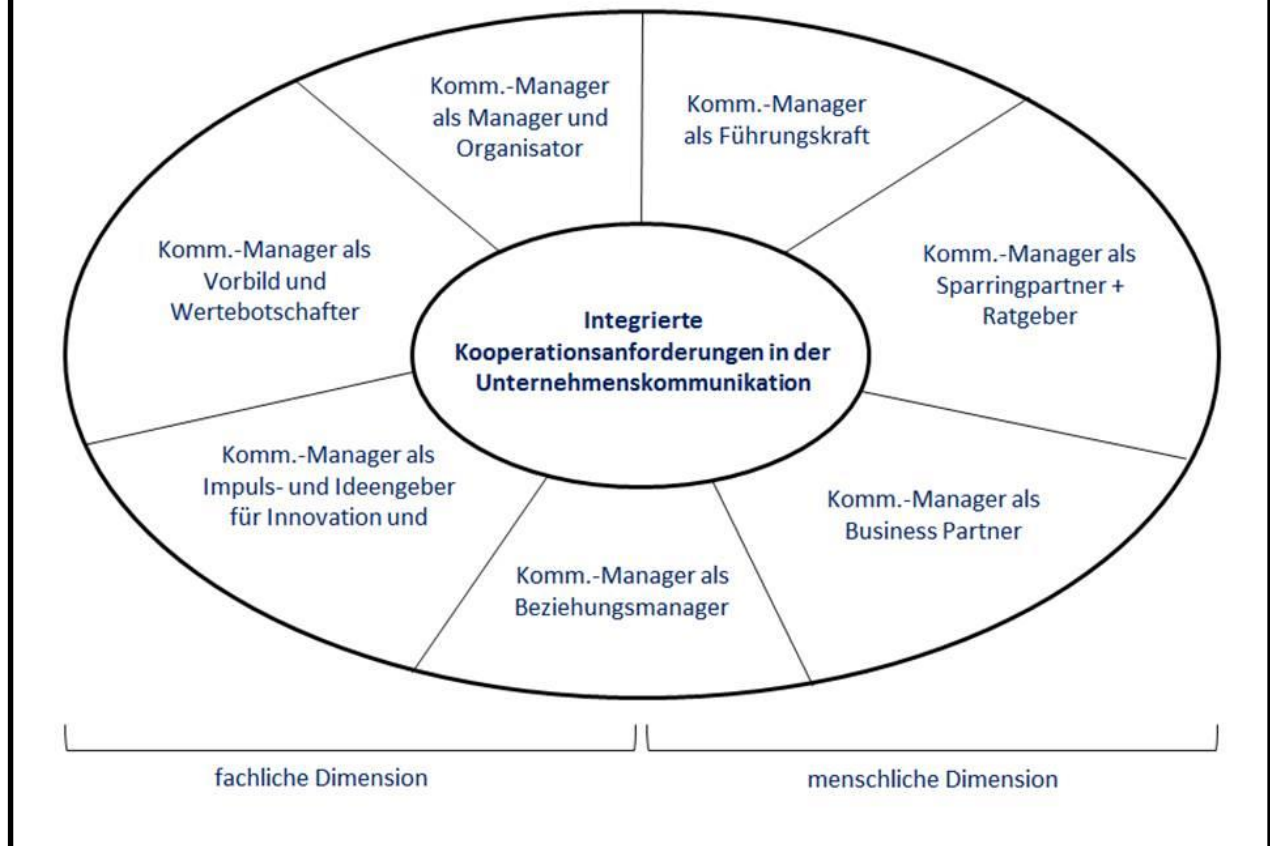
Die Bedürfnispyramide von Maslow



Dreieck der Kommunikationsqualität



Integrierte Kooperationsanforderungen in der Unternehmenskommunikation



Techniken der Kommunikation

1. Die Differenzierungstechnik
2. Der kontrollierte Dialog
3. Die Spiegelungstechnik

Die Differenzierungstechnik

Wie gehen Sie vor, wenn Sie anderer Meinung als Ihr Gesprächspartner sind?

Die meisten Leute reagieren spontan und zwar mit:

"Nein, das können Sie so nicht sehen. Sie müssen auch bedenken,.....,

In der Regel führt dieses "Nein" bei Ihrem Gegenüber sofort zu einer gewissen Schutz- bzw. Vorsichtshaltung.

Der Gesprächsfluss wird durch das "Nein" gestoppt. Je wichtiger einem die Aussage ist, umso stärker wirkt das Nein, das dem entgegengesetzt wird.

Es kommt dann häufig zu einer Verteidigungshaltung, bei der die beiden

Gesprächspartner ihr eigentliches Ziel aus dem Auge verlieren, nur um Recht zu behalten und ihrer Aussage Gewicht zu verleihen.

Beobachten Sie sich einmal selbst. Sie äußern sich zu einer Sache und Ihr Gesprächspartner sagt:

"Nein,....".

Was passiert dann bei Ihnen? Wie denken, fühlen und verhalten Sie sich?

Damit Ihre Gespräche im Fluss bleiben, setzen Sie die "Differenzierungstechnik" ein.

Sagen Sie **"Ja"** statt **"Nein"** und verwenden Sie **"und"** statt **"aber"**.

Damit reagieren Sie professionell auf eine Gegenmeinung.

Die "Differenzierungstechnik" nimmt die Äußerung des andern als wahrgenommen an, ohne sie (ab-) zu werten und setzt die eigene Äußerung gleichwertig daneben.

Dadurch ist leichter gewährleistet, dass Ihr Gegenüber keine Verteidigungshaltung aufbaut und Sie Ihr Gesprächsziel schneller erreichen.



Beispiele für die Differenzierungstechnik:

- "Ja, ich kann Ihre Auffassung gut verstehen (und) gebe jedoch zu bedenken"
- "(Ja) Ihr Einwand ist verständlich (und) aus meiner Sicht ist es allerdings"
- "(Ja) Das kann man sicher auch so betrachten (und) nur sollte man auch noch"
- "(Ja) Das klingt gut (und) ich möchte noch ergänzen"
- "Ja, ich verstehe was Sie meinen (und) wir sollten noch berücksichtigen,"

Kontrollierter Dialog

ist eine Gesprächstechnik, die, richtig angewandt, gewährleistet, dass Sie Ihren Gesprächspartner und sein Anliegen auch tatsächlich verstehen

- a) W-Fragen-Technik
- b) Paraphrasierungstechnik

W-Fragen sind Fragen, die eine offene Antwort provozieren im Gegensatz zu Fragen, die nur ein Ja oder Nein zulassen.

Kommunikationstechniken – W-Fragen

Wer? Wann? Wo? Was? Warum? Wie? Wieso? Welche Folgen?



Paraphrasieren – Umschreiben

Hier: mit eigenen Worten wiedergeben, was der andere gesagt hat.

Paraphrasieren mittels Einleitungsformulierung wie:

"Ich habe Sie so verstanden..." oder

"Bei mir ist angekommen..." oder

"Wenn ich Sie richtig verstehe..."

und formuliert dann mit eigenen Worten, was man verstanden hat.

Befehlswiedergabe zur Inhaltsbestätigung zur Befehlsweitergabe

Kommunikationstechniken - I

1. W-Fragen stellen
2. Antwort des Gesprächspartners
3. Paraphrasieren = παρά - daneben, dabei und φράζειν - reden, sagen
4. **Bestätigung durch den Gesprächspartner**
5. Fortsetzung des Gesprächsverlaufes

Kommunikationstechniken - II

1. W-Frage stellen
2. Antwort des Gesprächspartners
3. Paraphrasieren
4. **Verneinung durch den Gesprächspartner**
5. Erneute W-Frage bzw. Klärung des Sachverhalts
6. Bestätigung durch den Gesprächspartner
7. Fortsetzung des Gesprächsverlauf

Kommunikationstechniken – Exkurs: Fragetechniken



Durch die Anwendung des kontrollierten Dialogs, bleiben Sie mit Ihrem "**Ohr**" am Gesprächspartner. Sie kontrollieren den Gesprächsverlauf und das Gesprächsergebnis und signalisieren Ihrem Gegenüber Interesse, Zuwendung und Aufmerksamkeit. Ein Gewinn für beide Seiten.

Aktives Hören

- Körperhaltung muss Hinwendung zum Empfänger signalisieren
- Augenkontakt und Rede zu Ende bringen lassen
- Gesten zur Unterstützung des Interesses
- Formuliere Gesprächszusammenfassung

- **Aktives Zuhören – Bestätigungsphrasen**
- „Ich habe den Eindruck, dass ...“
- „Ich würde gern noch mehr über Ihren Standpunkt erfahren ...“
- „Möchten Sie noch etwas zum Thema sagen?“
- „Habe ich Sie richtig verstanden, dass ...?“
- „Wenn ich Sie richtig verstanden habe, meinen Sie, dass ...?“
- „Sie klingen so, als ob Sie verärgert / enttäuscht / wütend / erfreut sind?“
- „Mein Eindruck ist, dass Sie sich eine Übernahme von mehr Verantwortung gut vorstellen könnten.“

Die Spiegelungstechnik

Wenn Sie Ihrem Gegenüber Empathie (Einfühlungsvermögen) und Verständnis im Gespräch signalisieren wollen, dann ist die Anwendung der Spiegelungstechnik die geeignete Gesprächsform.

Diese Technik hilft, dem Gesprächspartner zu vermitteln, dass man sich in seine Empfindungen und Emotionen hineinversetzen kann und möchte.

Die Technik beinhaltet, dass Sie die Emotion(en), die Sie aus den Äußerungen des andern heraushören, in Worte fassen. Damit vermitteln Sie, dass Sie auch die Botschaften, die nicht explizit geäußert werden, hören und verstehen.

Achten Sie genau auf Mimik, Gestik, Haltung und Tonfall Ihres Gesprächspartners, um die unausgesprochenen Botschaften zu erkennen. Wichtig ist dabei, dass die Spiegelung stets als Frage und nicht als Feststellung formuliert wird, da Sie nicht sicher sein können, ob Ihre Wahrnehmung richtig ist.

1. Aussage:

"Früher war alles viel leichter. Heute bekommt man überhaupt nichts mehr durch.,

Mögliches Gefühl: Frustration, Enttäuschung

Spiegelungstechnik:

"Sie sind *enttäuscht*?" oder

"Es *frustriert* Sie, wie sich die Dinge entwickelt haben?"

2. Aussage:

„Immer auf die Kleinen. Was dürfen sich andere denn alles erlauben.“

Mögliches Gefühl: Ärger, Frustration, Resignation

Spiegelungstechnik:

„Sie fühlen sich ungerecht behandelt?“ oder

„Sie fühlen sich der Situation gegenüber hilflos?“

3. Aussage:

„Lassen Sie nur. Ich will nicht mehr darüber reden. Es versteht mich ja doch niemand.“

Mögliches Gefühl: Resignation, Hoffnungslosigkeit, Traurigkeit

Spiegelungstechnik:

„Sie haben das Gefühl, keiner hört Ihnen richtig zu?“ oder

„Sie fühlen sich missverstanden?“

4. Aussage:

„Ich habe es satt. Warum soll ich das wieder machen? Herr Müller kann das genauso gut übernehmen.“

Mögliches Gefühl: Ärger, Zorn, Frustration

Spiegelungstechnik:

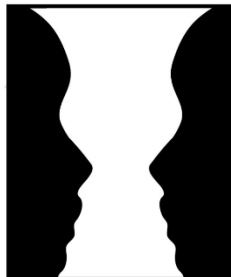
„Sie sind wütend, weil die Arbeiten nicht gerecht verteilt werden?“ oder

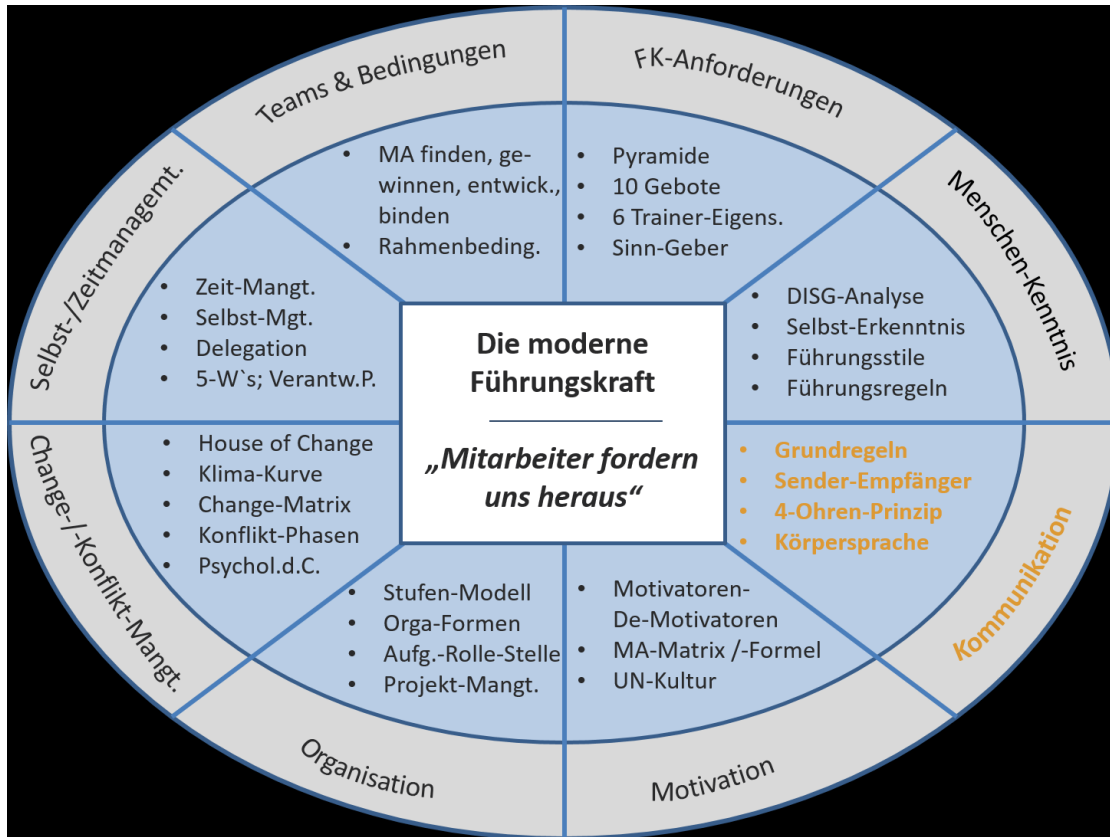
„Sie fühlen sich ungerecht behandelt?“

Zur Beachtung:

Die Spiegelungstechnik ist ein sehr sensibles Instrument der Gesprächsführung.

Deshalb wird sie in der Regel nur sparsam eingesetzt und vorzugsweise mit anderen Gesprächstechniken kombiniert.





Präsentationen und Präsentationstechniken

Inhalt und Gliederung

- 1.) Definition: Präsentation
- 2.) Vorüberlegungen vor der Präsentationsplanung
- 3.) Aufbau von Präsentationen
- 4.) Planung und Erstellung einer Präsentation
- 5.) Durchführung einer Präsentation
- 6.) Präsentationstechniken und Rhetorik
- 7.) Zusammenfassung



1.) Definition - Präsentation

- Latein: praesentare (Verb)
 - Italienisch: presentare (Verb)
 - zeigen
 - präsentieren
 - zur Schau stellen
 - vorzeigen
 - vorhanden sein
-
- Präsentation ist eine Vortragsform
 - Einbeziehung des Publikums erwünscht
 - Kein Monolog, eher ein „geführter“ Dialog
 - Zentrum bildet präsentierende Person und die Botschaft der Präsentation

- Facetten der Präsentationstechnik sind im praxisorientierten Rhetoriktraining verortet

Präsentation kann bedeuten:

- Vorstellung von Personen (Begegnungen, Veranstaltungen)
- Ausstellung
- Referat
- EDV-gestützte Präsentation mit einem Präsentationsprogramm
- Postervorstellung – Brücke zur Darstellung

2.) Vorüberlegungen vor der Präsentationsplanung

Drei Aspekte sind vor der Anfertigung zu beachten:

- **1.) Definieren der Zielsetzung:** Was möchte ich erreichen und warum?
- **2.) Zuhöreranalyse:** Wen spreche ich an und wie möchte ich die Personen erreichen?
 - - Größe und Anzahl des Auditoriums
 - - Motivation und Interessenlage
 - - Vorwissen und Erwartungshaltung
- **3.) Situationsanalyse:** Was sind die Rahmenbedingungen und das Umfeld der Präsentation?
 - - Uhrzeit und Dauer
 - - Lokalisation und örtliche Begebenheiten
 - - Andere Akteure
(Einzel- versus Gruppenpräsentation)
- Verständlichkeit der Inhalte sind Erfolgsgarant
 - 1) Einfachheit
 - 2) Klare Struktur
 - 3) Prägnanz
 - 4) Anregung

Zielsetzungen von Präsentationen:

- Zu welchem Thema soll ich sprechen?
- Welche Ziele verfolge ich mit meinem Vortrag?
- Welche Zielgruppe habe ich vor mir?
- Wie soll der Vortragsinhalt aufgearbeitet werden?
- Welchen Ablauf hat der Vortrag?
- Welche organisatorischen Maßnahmen muss ich kalkulieren und vorbereiten?

3.) Aufbau von Präsentationen

Allgemeiner Aufbau einer Präsentation:

- **Einleitung**
- **Hauptteil 1**, Hauptteil 2, ... und Exkurse
- **Schluss** mit Zusammenfassung
- **Diskussion**

Funktion der **Einleitung**:

- Dient der Situationsanalyse
- Kontaktherstellung mit dem Auditorium
- Wecken von Interesse und Aufmerksamkeit
- Orientierung und Inhalt darstellen
- Zuhörer sollen zum Thema abgeholt werden

Komponenten der **Einleitung**:

- Begrüßung (Kontext beachten)
- Eventuelle Vorstellung des Präsentators – Eigenansage oder Anmoderation möglich
- Benennung der Zielsetzung
- Vorstellung der Gliederung und des Inhaltes
- Ermutigung und Aufforderung zur aktiven Beteiligung und Interaktion des Auditoriums

Relevanz des Hauptteiles / der Hauptteile

- Zielsetzung muss im Fokus bleiben
- Erweiterung der Inhalte durch zusätzliche Erklärung [Exkurs(e)]
- Aufbau des Inhaltes richtet sich nach der Zielgruppe, dem Thema, Anlass,.....

Relevanz des Hauptteiles / der Hauptteile

- Zielsetzung muss im Fokus bleiben
- Erweiterung der Inhalte durch zusätzliche Erklärung [Exkurs(e)]
- Aufbau des Inhaltes richtet sich nach der Zielgruppe, dem Thema, Anlass,.....

Konzeptionelles Vorgehen nach:

- Geschichten erzählen

- Vom Allgemeinen zum Speziellen
- Lineares Voranschreiten in zeitlicher / logischer Abfolge
- These / Antithese
- Variabel und abwechslungsreich

Konzeptionelles Vorgehen nach:

- Geschichten erzählen
- Vom Allgemeinen zum Speziellen
- Lineares Voranschreiten in zeitlicher / logischer Abfolge
- These / Antithese
- Variabel und abwechslungsreich
-

Wichtigste Faustregel lautet:

Je länger und anspruchsvoller eine Präsentation wird, desto stärker und klarer muss sie strukturiert sein.

- Einhaltung des Zeitrahmens

Exkurs: **Goldene Predigerregel** – Man darf wirklich über alles predigen, nur nicht über 20 Minuten.

- Jede Folie transportiert mindestens eine Aussage
- Foliensprechzeit drei bis fünf Minuten einplanen
- 1:1-Übertragung einer schriftlichen Ausarbeitung als Präsentation absolut ungeeignet

Abrundung der Präsentation – Schlussteil:

- Kernaussagen im Zuhörergedächtnis verankern
- Meinungsbildung beeinflussen, Überzeugung vermitteln
- Motivation aufbauen, Bereitschaft zur Neugierde wecken
- Anregung der Diskussion
- Als Präsentator einen guten Eindruck hinterlassen

Anwendbare Komponenten sind:

- Zusammenfassung und Fazit
- Dank an die Zuhörerschaft
- Aufforderung und Ermutigung zum Fragenstellen und Anregung der Diskussion

- Eventuelle Kontaktinformationen zur Verfügung stellen

Diskussionsphase: (manchmal interessanter als die Präsentation selbst)

- Zeitkorridor dafür einplanen
- Festigung des Verständnisses
- Beseitigung von Missverständnissen
- Rückmeldung und Anregung
- Darstellungsmöglichkeit von Kompetenz
- Kontaktaufnahme, -aufbau möglich

4.) Planung und Erstellung einer Präsentation

- Fünf Phasen lassen sich darstellen:
 - 1) Sammeln des Inhaltes
 - 2) Selektion des inhaltlichen Komponenten
 - 3) Gewichtung der inhaltlichen Komponenten
 - 4) Strukturierung und Gliederung der Inhalte
 - 5) Gestaltung der Darstellung der Präsentationsinhalte

1) Sammeln des Inhaltes

- Gründliche Rechercheaktivitäten starten
- Sammlung der Fachinhalte richtig eingrenzen
- Zielsetzung mit den Fachinhalten verknüpfen
- Sammlung der Kerninhalte und zusätzliche bzw. ergänzende Inhalte

2) Selektion der inhaltlichen Komponenten

- Sachbezogene Stoffauswahl vornehmen
- Mut zum Weglassen und Aussortieren
- Notwendige Ergänzungen einarbeiten
- Beispielkatalog anlegen, bzw. vorbereiten
- Sammlungsinhalte zur Gestaltung mit berücksichtigen und themenbezogen zuordnen

3) Gewichtung der inhaltlichen Komponenten

- **Prägnanz der Fachinhalte erfassen und einbauen**

Inhaltliche Einteilung der Darstellung erfolgt über:

- **Muss-Informationen** – notwendig zum Verständnis, Überschriften, Folientext, Gliederung, Nummerierung
- **Sollinformationen** – Verständniserleichterung, Grafiken, Abbildungen, mündliche Erläuterungen
- **Kann-Informationen** – Zusatzfolien, Präsentatorwissen

4) Strukturierung und Gliederung der Inhalte

- Sorgfältige Auswahl des Aufbaues
- Gliederung ist zielorientiert
- Maximal zwei Gliederungsebenen
- Stringent und konsistent gliedern
- Ausgeglichene Gliederung bezüglich der Unterpunkte
- Spannungsbogen aufbauen
- Gegenüberstellungen und Abwechslungseffekte nutzen
- Roter Faden darf nicht verloren gehen und ist der Zielsetzung anzupassen
- Verbale und visuelle Hinweise auf die Einordnung geben

5) Gestaltung der Darstellung der Präsentationsinhalte

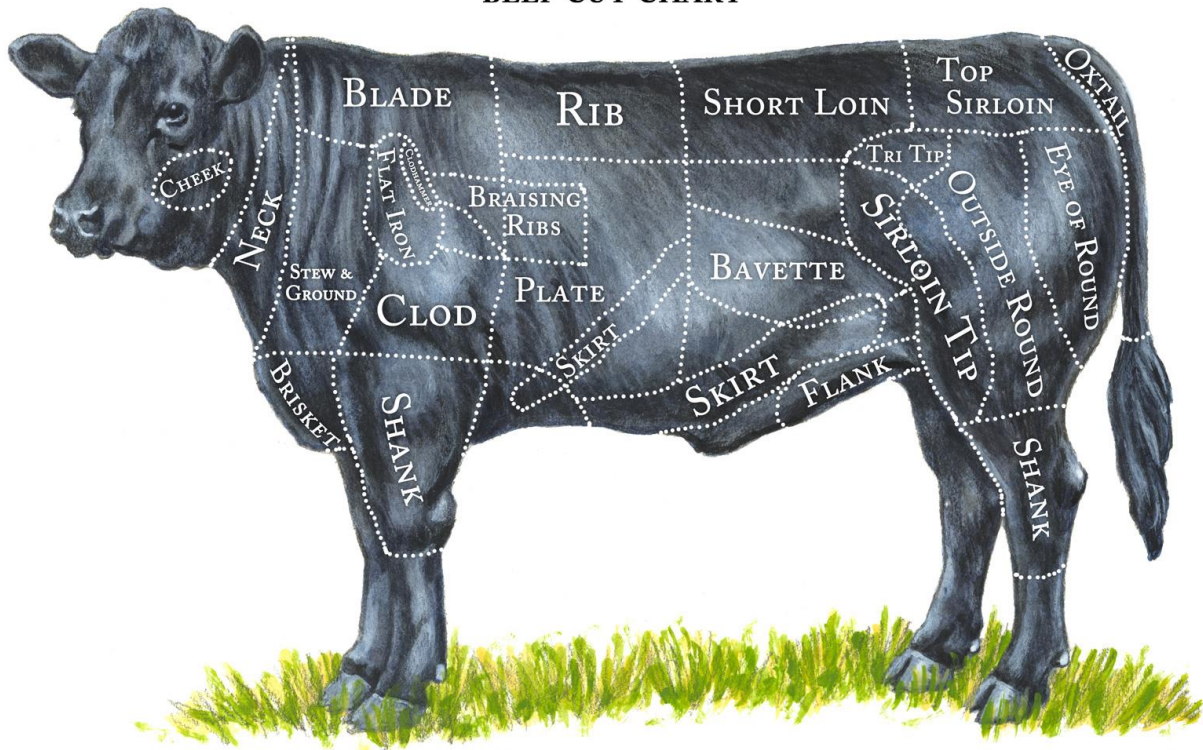
- Folien müssen ansprechend und eingängig sein
- Überfrachtung vermeiden (höchstens elf Textzeilen)
- Sorgfältig Auswahl der Stichworte und Stichpunkte
- Themenbezogene und ansprechende Foliendarstellungsform auswählen (Animationen?)
- Projektionstauglichkeit, Drucktauglichkeit
- Fehlerfreiheit in Orthographie und Inhalt!!!
- Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.
- Visualisierungen unterstützen und ergänzen den Text
- Stehen als Determinativ

- Dienen auch der Auflockerung



THE HEALTHY BUTCHER

BEEF CUT CHART



- Hohe Bildqualität
- Klare und deutliche Bilder
- Klare Inhaltswiedergabe
- Gutes bestenfalls einheitliches Design (gilt nicht nur für die Abbildungen)
- Vermeidung der Standard-Cliparts
- Schriftform und Schriftgrößen müssen passend ausgewählt werden
- Passend nach Darstellungsform, Inhalt und Anlass
- Formatierung zur Vereinfachung und / oder zur Standardisierung nutzbar

5.) Durchführung einer Präsentation

Organisatorische Maßnahmen:

- Aufklärungsarbeit durchführen und Logistik planen
- Klärung von Ort, Raumdimension, Sitzordnung bzw. Sitzformen im Auditorium
- Nachfrage nach den vor Ort verwendeten Medien
- Stromanschlüsse, Kabel, Adapter, Pult, Presenter
- Genaue Eingrenzung des terminlichen Ablaufplanes im Rahmen der Veranstaltung
- Dauer und Pausen des Vortrages
- Zusammensetzung des Publikums erfragen (Anpassung der Darstellungen notwendig, andere rechtliche Situation bei 18 oder unter 18 Jährigen)
- Unterlagen zur Prüfung vorhalten, eventuelle Aushändigung an die Teilnehmer der Veranstaltung, Frage nach der Anzahl?
- Erstellung der eigenen Hilfsmittel....
- Thema deutlich herausarbeiten und herausstellen
- Gliederung vorstellen und bleibend visualisieren
- Sprachniveau an das Auditorium anpassen
- Nutzung des Verbalstiles
- Querverbindungen zu anderen Bereichen aufzeigen
- Wichtige Punkte Wiederholen
- Definieren von Fremdwörtern, Fachbegriffen....
- Blickkontakt zum Publikum halten
- Bewegungen ruhig und rhetorisch sinnvoll anwenden
- Keine Eigenformulierung von Zweifeln vornehmen
- Annahmen als solche klar darlegen
- Nichtwissen akzeptieren und klar formulieren

6.) Präsentationstechniken und Rhetorik



- Bedeutung von Mimik und Gestik ist sehr groß
- Entscheidungskriterien über den Sympathiefaktor des Vortragenden
- Bewertungskriterien über Inhalt, Stimme, Gestik und Mimik
- 7% Inhalt als Sympathieanteil
- 38% Stimme als Sympathieanteil
- 55 % Gestik und Mimik als Sympathieanteil
- Nicht-Kommunikation ist nicht möglich

Verhaltensformen und Handlungen bei Vorträgen:

- Interaktion über Blickkontakt mit der Zuhörerschaft
- Körper als Kommunikationsmedium gezielt einsetzen
- Freundlich, höflich, lächelnd
- Hände nicht verdecken, raus aus den Taschen
- Präsentationsfläche nicht verdecken und nicht gegen sie sprechen

Primärpotential Sprache

- Nutzung der angemessenen Sprachform ist schwierig(st)e Aufgabe
- Basiselemente der Rhetorik an wenden

- Altgriechisch: rhetoriké – Redekunst
- Lehre der Rede wurde als Disziplin (Fachgebiet) betrachtet
- Sprechweise, Spracherziehung, Sprachtraining
- Elemente der Rhetorik sind:
 - 1) Inventio: Auffinden der Argumente und Aussagen
 - 2) Dispositio: Vortragsgliederung
 - 3) Elocutio: Sprachgestaltung
 - 4) Memoria: Einprägen der Redehalte
 - 5) Pronuntiatio: verbale und nonverbale öffentliche Vortragsform

Spracheigenschaften des Vortragenden:

- Langsam und deutlich sprechen
- Einfache Sätze verwenden
- Nebensätze an den das Ende der Kernaussage setzen
- Mit rhetorischen Pausen arbeiten
- Fragen in den Vortragsablauf integrieren
- Humor ist gut, wenn er gut ist
- Schwierige Stellen paraphrasieren, sinngemäße Beschreibung und erweiterte Erklärung mit anderen Worten
- Beispiele durchdenken und beibehalten
- Maßvolles Nutzen von zusätzlichen Fachbegriffen
- Notwendige Fachbegriffe definieren und erklären

Nutzung und Umgang mit Fragen innerhalb der Präsentation:

- Interessenlage der Zuhörer berücksichtigen
- Zeitkorridor im Blick behalten
- Fragen nicht bis in jedes Detail beantworten
- Sich von Fragen nicht Provozieren lassen
- Klarlegung des eigenen Standpunktes

- Unwissen unumwunden zugeben (zeigt Größe auf)

Nutzung von Medien:

- Visualisierungen stringent einsetzen
- Visualisierungen sollten für alle Zuhörer erkennbar und verständlich sein
- Keine Ablenkung durch graphische Effekte erzeugen
- Geräte nur aktivieren, wenn sie genutzt werden sollen
- Nicht die Darstellungen verdecken
-

Nachbereitung und Analyse des Vortrages:

- Ist die Zielsetzung erreicht worden?
- War die thematische Aus- und Aufarbeitung des Themas an die Zielgruppe angepasst?
- Haben sich die Struktur und der Ablauf bewährt?
- Hatte die Einleitung den richtigen Aufhänger?
- Ist der Abschluss gelungen?
- Sind die richtigen Medien verwendet worden?

7.) Zusammenfassung

Top Ten der Spitzenvortragsweise:

1. Trage nicht nur eine lange Liste an Stichpunkten vor!
2. Visualisiere deinen Vortrag!
3. Präsentiere nur das, was wirklich wichtig ist!
4. Orientiere dich bei deinem Vortrag am Publikum!
5. Achte auf die Einheitlichkeit von Präsentation und Materialien!
6. 6. Bette deine Präsentation in einen größeren Zusammenhang ein!
7. Gestalte deinen Vortrag flexibel!
8. Präsentiere dich selbstbewusst!
9. Finde einen guten Abschluss für deinen Vortrag!
10. Sei du selbst während du deine Präsentation hältst!

Selbstpräsentation

- Möglichkeit das individuelle Profil zu zeigen – SICH vorzustellen
- Inhalt und Umsetzung sind nicht festgelegt
- **Was man sagt und wie man es umsetzt, ist Dir überlassen**
- **Entscheidend ist, wie gut und authentisch man sich präsentieren und verkaufen kann**
- Selbstpräsentation ohne Gruppe - keine Vorbereitungszeit
- **zu Hause vorbereiten und viel üben (vor dem Spiegel, vor Freunden ...)**

- Konkrete Vorgaben über den Inhalt / der Gegenstand
- **auf den größten beruflichen Erfolg eingehen**
- **ein Bild, Tier oder Gegenstand aus einer vorgegebenen Liste auswählen und sich anhand dessen präsentieren und Bezug nehmen**

- **Ziel:**
Testen der Flexibilität und Belastbarkeit durch Veränderung des Ablaufes
Testen des Präsentationsstils und Selbstdarstellung

- Partner- oder Gruppenpräsentation
- **Innerhalb von Teams sollen sich die Bewerber gegenseitig vorstellen**
- **Während einer kurzen Vorbereitungszeit interviewen sich die Bewerber gegenseitig und stellen dann den anderen allen vor**

- **Ziel:**
Testen der „Social skills“
Testen der Flexibilität und Spontanität beim Präsentieren

Selbstpräsentation - Inhalt

- **Name, Herkunft, Alter...**

- **Ausbildungsort und Universität**
- **Studiengang und Schwerpunkte**
- **Begründung für die Studienwahl**
- **Auslands- und Praxiserfahrungen**

- **Mögliche Jobs und Praktika**
- **Hobbys...**
- **Motivation (Unternehmen, Aufgabe)**

Ich bin...

Ich kann...

Ich will...

reicht für 3 min

- Auf die ausgeschriebene Stelle ausrichten!

- Betonung der stellenrelevanten Qualifikationen und Erfahrungen.
- Zeigen, dass man die Anforderungen des Jobs kennt und in das geforderte Persönlichkeitsprofil passt.

Selbstpräsentation - Tipps

Einzuplanende Hilfsmittel

- Flip-Chart
- Power Point und Beamer
- Tafel und Board Marker
- Hände



Selbstpräsentation - Üben

- Allein zu Hause
 - Vor dem Spiegel
 - Vor anderen (Familie, Freunde, Coach...)
 - mit Audio und / oder Videoaufnahme
- => Achte mal auf Füllwörter wie „ähm“, „eee“, „also“ oder „ja genau“.

Selbstpräsentation 7 wichtige Punkte

1. Dauer: 2 – 5 Minuten
2. Zeigt prägnant die wichtigsten bzw. relevanten Stationen
3. Hat eine sinnvolle Struktur „Roten Faden“ und stellt einen Bezug zwischen deinen Qualifikationen und dem angestrebten Job her
4. Enthält erworbene Kompetenzen und Qualifikationen
5. Keine subjektive Bewertung deiner bisherigen Tätigkeiten
6. Individuell gestaltet und lebendig vorgetragen
7. Wird nicht nur den Assessoren vorgetragen, sondern allen

Selbstpräsentation – Tipps

- Haltung bewahren – Körpersprache
- Blickkontakt
- Kreativität, persönliche Note ...
- Authentizität / Sei du selbst
- Ehrlichkeit, Humor
- Offen, freundlich
- Lächeln

Selbstpräsentation - Tipps

Mögliche Einstiegsphrasen:

- ...drei Erfahrungen in den Mittelpunkt meiner Selbstpräsentation stellen, die zeigen können, warum ich zu der Stelle passe...
- Ich würde gern näher auf die für Sie interessanten Punkte meines Lebenslaufes eingehen,...
- Wenn ich an Ihrer Stelle wäre und die Position besetzen müsste, wären mir drei Qualifikationen eines Bewerbers besonders wichtig: Marktkenntnis, persönliches Engagement und Kreativität...
-

Quelle: Martin Wehrle – Coaching und Karrieretipps

Selbstpräsentation vorbereiten (Projektaufgabe einzeln)

Rahmen für die Selbstpräsentation

ÜBUNGSTYP	Präsentation
ZEIT	Genau 5 Minuten (Übung: Zeitmanagement!)
VORBEREITUNGSZEIT	zu Hause beliebig
ZIELSETZUNG	„Zeige was Du kannst und wer Du bist“ (Werbung in eigener Sache) Gewinnung eines ersten Eindrucks, erster Test der Präsentationssicherheit 360° Feedback

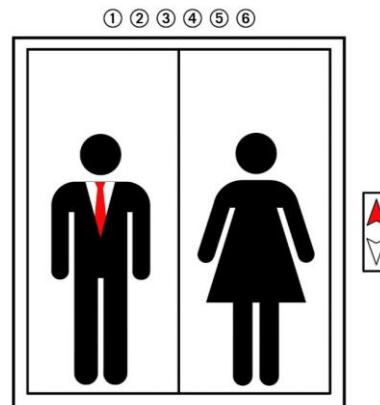
Elevator Pitch

aus den 1980er Jahren auch Elevator Speech, Elevator Statement)

- kurz und prägnant überzeugen
- Erklärung liefern (warum Interesse am Unternehmen)
- Positive Emotionen vermitteln
- so exakt wie möglich an den Adressaten die Empfänger angepasst
- 30 x 30 Sekunden, max. 2-3 Minuten
- aus der Menge an Bewerber*innen hervorstechen
- freier Vortrag, Flipchart, nicht immer PowerPoint, etc.
- kurze Präsentation, Zweckgebunden, Adressat, Interesse wecken
- Information auf das Wesentliche reduzieren, Material sammeln, auf Kerninhalte komprimieren

Mögliche Anwendungen

- Vorstellungsgespräche
- E-Mails
- Lebenslauf
- Telefoninterview
- Netzwerktreffen (Teams...)
- Zufallskontakte
- Angebot vorstellen
- Interesse wecken
- Nutzen des Angebotes formulieren
- Motivation erzeugen
- Appell an Zuhörer den Kontakt weiter zu verfolgen
- auf Messen
- Produktvorstellung
- im Verkauf
- in der Politik
- Nachrichten
- Social Media Plattformen (LinkedIn...)



A I D A Formel



- **Aufmerksamkeit wecken**
- **keine Zeit für ausführliche Erklärungen**
- **die ersten Sekunden entscheiden über die Aufmerksamkeitsspanne**
- **zum Beispiel eine Frage, eine kurze Geschichte oder vielleicht auch eine provokante These**



- **Interesse wecken**
- **Was stelle ich vor? USP's - Unique Selling Proposition oder Unique Selling Point**
- **harte Fakten**



- **Verlangen auslösen**
- **wenn möglich Begeisterung wecken**
- **Eigennutzen des Zuhörers erkennen lassen**
- **zum Beispiel Erfolgsaussichten, Herausstellungsmerkmal**



- **Aktion oder Kauf auslösen**
- **Call to Action – Handlungsaufforderung (bitte um Kontaktaufnahme...)**
- **nächste Schritte explizit ausformulieren (auslösen)**



Wie kann ich Punkten?

- von anderen lernen
- gut vorbereiten, relevante Infos auf den Punkt bringen, Testlauf
- USP's ausarbeiten, Unterschiede/Vorteile herausarbeiten
- Problemlösungen präsentieren (zum Beispiel aus dem Tagesgeschehen), Problem erkennen, Lösung finden, Vorstellen
- Empathie Zielgruppen erkennen, Relevante Zielgruppen verinnerlichen
- Authentisch präsentieren (Selfie Video Feedback)
- gut vorbereiten, relevante Infos auf den Punkt bringen, Testlauf
- Richtige Körpersprache ganzheitlich (vor Spiegel)
- Selbstbewusst präsentieren, ich erreiche nur etwas wenn ich von etwas überzeugt bin (Trainieren)
- Verständliche Sprache (Atemtraining, Entspannung durch Vibration)
- Inhalte/Themen Zielgruppenspezifisch ausformulieren
- Wie kann ich unkompliziert erreicht werden? Kontaktmöglichkeiten bieten, Visitenkarte mit allen Angaben, QR-Code, Flyer...

Wie Punkte ich nicht?

- zu schnelles Sprechen (Eddy Murphy), zu leise, zu langsam...
- Clown spielen, mitreden ja, aber keine Witz-Show inszenieren
- zu langes Präsentieren
- roten Faden verlieren
- sprachliche „Weichmacher“ wie vielleicht, möglicherweise, eigentlich, könnte... sich zu vage ausdrücken
- Schwächen der Aufmerksamkeit
- zu leere Floskeln, mangelnde Konzentration
- keine Begeisterung zeigen, nur wer für Seine Sache „brennt“ kann anstecken und in den Bann ziehen
- Blickkontakt mit den Anwesenden vermeiden
- Verwendung der Ich-Perspektive, nur über eigene Vorteile sprechen
- bei Rückfragen genervt sein

Übung in der Gruppe

- Speeddating:
 - es wird ein Klassensprecher gesucht diese Person stoppt die Zeit zum Beispiel zwei Minuten
 - bilden von Teams oder Tischen an die die Vortragenden für die Selbstpräsentation eingeteilt werden
 - alle Teilnehmer*innen tragen der Reihe nach vor
 - dann werden zehn Minuten Pause eingeräumt
 - jede anwesende Person versucht jetzt der Reihe nach eine Kurzzusammenfassung aller Präsentationen zu geben

Beispiel 1

• Ein Allzweck Pitch:

Ich heiße Davide und bin Autor bei Verkaufy. Wir bieten eine Plattform, die es sowohl Jungunternehmern als auch Großunternehmen ermöglicht, ihre eigenen Online-Verkaufsplattformen aufzubauen und zu führen. Anders als andere Marktplätze, über die du deine Produkte verkaufen kannst, lässt Verkaufy dich deine eigene Online-Verkaufsplattform aufbauen und deine Marke selbst kreieren, samt Tools, um über die verschiedensten Kanäle zu verkaufen, Inventar zu bewegen, klein anzufangen und dann stark zu expandieren. Bis jetzt nutzen 500.000 Unternehmer Verkaufy als Geschäftsplattform. Wenn du ein Produkt zu verkaufen hast, besuche Verkaufy.de für einen kostenlosen zweiwöchigen Test.

Beispiel 2

• Job Elevator Pitch:

Ich heiße Davide bin ein Erfahrener Unternehmensentwickler aus der Chemie- und Medizinbranche im asiatisch-pazifischen Raum und darauf spezialisiert, nachhaltige Strategien für die Einführung von Impfstoffen zu entwickeln. Ich suche nach einem Unternehmen, das den sozialen Gedanken mit Wirtschaftlichkeit verbindet.

Beispiel 3

• Job Elevator Pitch:

Ich bin MBA*-zertifizierter International Trade Consultant mit achtjähriger Berufserfahrung in der Technologiebranche und fließenden Deutsch-, Englisch-, Französisch- und Spanisch-kenntnissen. Ich suche ein Unternehmen, das meine Leidenschaft für Digitalisierungsthemen und Innovationen unterstützt. Hier überreiche ich Ihnen meine Visitenkarte mit allen Kontaktdaten.

*MBA: Master of Business

Checkliste

- Was oder Wer ist meine Zielgruppe?
- Was ist mein Produkt/Dienstleistung/Idee (Ich)?
- Was ist der Kundennutzen? (Was hat der Kunde davon? Was kann er damit machen? Was erreicht er damit, spart er ...)
- Was ist mein Alleinstellungsmerkmal ? Das AML sollte „verteidigungsfähig“, zielgruppenorientiert und wirtschaftlich sein sowie in Preis, Zeit und Qualität erreicht werden. Es ist ein einzigartiges Nutzenversprechen und sollte mit dem Produkt verbunden werden. Die Bereitstellung eines AMLs stellt oft die zentrale Herausforderung! Worin sind Sie die Besten, Schnellsten, Ersten, Einzigsten?
- Halten Sie **Blickkontakt** so zeigen Sie Ihrem Zuhörer: „Ich spreche mit Ihnen. Ich bin ganz **präsent** bei Ihnen.“ Damit wirken Sie souveräner und können besser wahrnehmen, wie Sie auf Ihren Gesprächspartner wirken.
- Wie stehen Sie? Stehen Sie möglichst **gleichmäßig** auf **beiden Beinen**. Ein ruhiger, stabiler Stand wirkt **souverän** und verleiht Ihren Worten **Kraft** und **Gewicht**.
- Was machen Ihre Hände? Ihre **Hände** sind wichtige **Kommunikationsmittel**. Viele Menschen stecken die **Hände** in die **Tasche**, spielen mit etwas oder zeigen mit dem Finger auf ihren Zuhörer. Damit Sie einen **positiven Eindruck** hinterlassen, setzen Sie Ihre **Hände**

bewusst ein oder gönnen Sie ihnen bewusste eine Pause - halten Sie Ihre **Hände** einfach **oberhalb** der **Gürtellinie**.

- Wie sprechen Sie? Sprechen Sie langsamer als sonst. Modulieren Sie Ihre Stimme: langsam – schnell, laut – leise, Betonung nach oben – Betonung nach unten. Die Variation bringt mehr Leben in Ihre Präsentation. Machen Sie auch mal einen Punkt....und eine Pause. Damit fördern Sie die Aufmerksamkeit Ihres Gesprächspartners und er/sie kann Ihre Informationen besser verarbeiten.
- **Üben, üben, üben** Richtiges üben macht den **Meister**. Inszenieren und proben Sie Ihren Elevator Pitch wie ein **Theaterstück**. Bauen Sie wie bei einem guten Krimi einen **Spannungsbogen** auf:
 - Wirksamer **Einstieg**, der Neugier weckt
 - Welches Problem hat Ihre **Zielgruppe**, welchen Nutzen bieten Sie?
 - Welche Lösung bieten Sie oder was unterscheidet Sie von anderen?
 - Was soll jetzt passieren oder was soll Ihr Zuhörer jetzt tun?Üben Sie im **Freundeskreis** oder mit **Kollegen** und lassen Sie sich **Feedback** geben!

Noch ein Tipp:

Wenn Sie sich nicht glauben, wird es auch niemand anderer tun.